新媒体时代电视新闻生产流程和机制的革新

摘　要：随着新媒体时代的到来，新媒体形式纷纷涌现并吸引了受众的广泛关注。文章认为新媒体背景下电视新闻媒体必须要与时俱进，改革原有的新闻生产传播机制，及时调整新闻传播策略，创新受众管理。

关键词：电视新闻；新媒体；全媒体记者
中图分类号：G229.24　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）08-057-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.08.018

■文 / 王丽辉

在新媒体环境下，新闻的传播平台及传播技术都发生着重大的变化，网络是新闻重要的传播通道，新闻在网络中通过转发分享评论，进而获得更大的受众面。本文探讨电视新闻的生产流程和机制应该如何顺应新媒体发展的时代大潮，实现新闻传播价值的最大化。

1. 新闻生产的创新

在传统的新闻生产流程中，一条新闻要经过诸如选题、采访、制作等步骤，这样生产出来的新闻产品只会消耗一次，而且需要合理管理新闻内容的创造、传送、编辑和制作。而在新媒体时代，新闻打破了以往只消耗一次的惯例，他获得了被不断利用的可能，它可以被再次加工，所产生的音频、视频、文字、图片等可能会编入开放的数据库，并通过第三方软件进行分享传播，不断地被加工再生产，从而使新闻的受众面不断地扩大。

面对新媒体时代的大潮，传统的新闻媒体应该调整工作流程，建立一套符合数字传播的技术。将新媒体的互动引入到传统媒体当中来，从新闻素材的采集到传播以及采访都应当与受众进行互动，以新的新闻生产流程适应新媒体的快速变化。很多媒体已经尝试将新媒体作为一个单独的部门，在微信公众号、微博等社交平台上发布新闻、维系用户关系，同时，也有的媒体通过新媒体采集新闻线索，获得新闻评论等，使人人都能参与到新闻当中。例如在相关平台引入民意投票，并以此完善新闻，起到新闻监督的作用。

新媒体时代催生了一个新的词汇“全媒体记者”，这个概念通常被认为是指全能记者。“会使用各种采访设备，熟悉各种报道形式，既能提供文字稿，也能提供视频内容，还要掌握网络技术”，这样的记者既能为传统媒介写文章，同时也能通过新媒体搜集到新闻线索。而实际上，我们更倡导的“全媒体记者”并不只是具备上述全面的技能，而是在面对新媒体时代来临时，所有的传统媒体人都让全媒体思维武装自己，打破陈旧的观念。不论是记者还是编辑亦或是管理人员在生产新闻时都能以全球化视野、全媒体的思维来进行新闻生产与团队合作，以发挥出传统媒体业新的优势。

以湖南电视台为例，新闻中心作为新闻的生产和发布中心，所生产的新闻通过新媒体端进行共享发布。芒果 tv 和电视新闻栏目微信公众号、微博等，可以及时更新将消息向受众分发，将具体的报道内容以保有时效性的方式推送。电视直播平台可以对新闻进行直播，也可以进行后续的追踪、评论、深度分析等。

2. 受众关系管理创新

随着移动终端的不断普及，用户数上涨，以及社交类新媒体的高速发展，受众成为了新闻生产与传播中的一环，传统的新闻生产流程被打破。以微信为例，人们使用微信的目的并非传播新闻，但是用户可以通过朋友圈或者群聊、私聊转发新闻或者小视频，转发过程中很多用户会对新闻进行评论，表明自己的态度，进而引发留言或跟帖展开讨论。智能手机的广泛使用，使得随时随地拍摄、记录、发送新闻成为可能，很多重大新闻事件的受众同时也是新闻事件的目击者、亲历者。例如 2015 年 8 月 12 日天津市滨海新区天津港的瑞海公司危险品仓库发生火灾爆炸事故，很多事发地周边群众通过小视频记录爆炸现场，同时也记录后续的救援现场，这些视频不仅通过社交媒体进行线下传播，同时也被新闻媒体予以加工传播，这些都是新闻真实而且即时的素材资源，可见，在新媒体环境下，现有的新闻工作流程需要进行变革，突发事件在发生后的当天即可进行曝光，而传统媒体的报道需要调派记者等繁琐工序，发出新闻需要隔日甚至更长时间。

在新媒体中，新闻往往不是单独传播的，新闻的传播依附着其他的消息一同传播，在新媒体社交软件中，新闻被吸

（下转第 60 页）